



Faits et chiffres sur la présence des candidates dans les médias

Général

Les médias suisses eux non plus ne se contentent pas de refléter simplement la réalité. Au contraire, ils donnent aux hommes un « mâle-bonus » alors que les femmes, elles, reçoivent un « malus-femme ». Lors des dernières élections fédérales, la différence entre la proportion de candidates et leur mention dans les médias était de 5 à 10%. Autrement dit, les hommes, qui représentaient 65% de tous les candidats, ont occupé 70 à 75% de la place dans la couverture médiatique des élections, alors que la place accordée aux femmes, qui formaient 35% de l'ensemble des candidats, n'était que de 25 à 30%.

Imaginons – petit exercice intellectuel – que ce système de bonus-malus s'inverse. Les femmes occuperaient alors 45% de la place dans les médias et les hommes 55%. Déjà mieux, non ?

Nous savons en outre qu'au cours des huit dernières années, les distorsions quantitatives en défaveur des femmes dans la couverture médiatique des élections n'ont que très peu diminué. Le rythme du progrès a ralenti et parfois même reculé.

Des recherches internationales montrent qu'avec les candidates, on insiste plus sur leur apparence, on amalgame leurs rôles professionnel et privé et on les montre moins dans des rôles actifs. Par ailleurs des thèmes qui sont importants pour de nombreuses femmes sont négligés. Ainsi se voit encore consolidée « l'allogénéité » (Holtz-Bacha) des femmes en politique. Enfin, les femmes journalistes ne traitent pas « automatiquement » les candidates de façon plus égalitaire.

Presse écrite

L'analyse des articles précédant les élections fédérales de 2003 parus dans quinze quotidiens et journaux du dimanche dans les trois régions linguistiques donne le tableau suivant : alors que les femmes représentent en moyenne 35% de l'ensemble des candidats, leur présence n'est que de 25% dans les articles consacrés aux personnes en campagne, ce qui fait qu'elles sont nettement sous-représentées. Ce résultat recouvre celui d'une enquête menée lors des élections de 1995 dans cinq journaux alémaniques.

Audiovisuel

L'analyse de l'offre d'informations des télévisions et radios suisses précédant les élections de 2003 fait état des résultats suivants : à la télévision, le temps de parole moyen accordé aux femmes est de 29%, à la radio de 27%. Ainsi, tout comme dans la presse écrite, les femmes sont nettement sous-représentées dans les médias audiovisuels. Cette sous-représentation est particulièrement crasse dans les chaînes radio-TV privées où la présence médiatique féminine n'atteint pas 20%. Du côté des journalistes, environ deux tiers des émissions sont animées par des hommes – ce qui correspond à leur proportion dans le journalisme suisse – mais ici aussi, il faut distinguer les chaînes privées, où les femmes journalistes apparaissent nettement moins souvent voire parfois pas du tout ! Dans ses émissions électorales, Radio DRS 1 a pratiquement atteint la parité (temps de parole des femmes journalistes : 47%), de même que la télévision suisse romande TSR1 et TSR2. Pour cette dernière, le temps de parole des femmes journalistes atteignait même 70%.

Les élections de 2003 à la télévision suisse

Télévison : Temps de parole des candidates et des candidats selon l'émetteur

	Candidates		Candidats	
	absolu	relatif	absolu	relatif
SF1	2:43:54	42.3%	3:43:49	57.7%
TeleZüri	0:14:22	20.9%	0:54:26	79.1%
Tele Top	0:07:11	17.5%	0:33:50	82.5%
<i>Candidat-e-s Suisse alémanique</i>		36%		64%
TSR1 / TSR2	3:15:03	32.2%	6:51:16	67.8%
<i>Candidat-e-s Suisse Romande</i>		33%		67%
TSI 1	1:31:27	26.8%	4:10:12	73.2%
TeleTicino	1:04:29	14.8%	6:12:12	85.2%
<i>Candidat-e-s Svizzera Italiana</i>		29%		71%
Temps de parole total	8:56:26	28.5%	22:25:45	71.5%
<i>Candidat-e-s CH</i>		35%		65%

en gras : émetteur avec une présence féminine bonne ou proportionnée
en italique pour comparaison : candidat-e-s selon la région linguistique
 Source : Stalder 2004 (version intégrale), p. 21; Seitz 2004.

Les élections de 2003 à la radio suisse

Radio : Temps de parole des candidates et des candidats selon l'émetteur

	Candidates		Candidats	
	absolu	relatif	absolu	relatif
DRS1	2:36:01	28.6%	6:29:50	71.4%
Radio 24	0:01:44	23.6%	0:05:37	76.4%
<i>Candidat-e-s Suisse alémanique</i>		36%		64%
La Première	2:26:40	25.7%	7:05:02	74.3%
Radio Lac	0:40:22	26.3%	1:53:14	73.7%
<i>Candidat-e-s Suisse Romande</i>		33%		67%
Rete Uno	1:51:27	28.7%	4:36:52	71.3%
Radio Fiume Ticino	0:26:36	18.5%	1:57:11	81.5%
<i>Candidat-e-s Svizzera Italiana</i>		29%		71%
Temps de parole total	8:02:50	26.7%	22:07:46	73.3%
<i>Candidat-e-s CH</i>		35%		65%

en gras : émetteur avec une présence féminine bonne ou proportionnée
en italique pour comparaison : candidat-e-s selon la région linguistique
 Source : Stalder 2004 (version intégrale), p. 56; Seitz 2004.

Les élections de 2003 dans la presse écrite suisse

Journaux : Présence médiatique des candidates et des candidats selon la région linguistique

	Allemand CH	Français CH	Italien CH	Total CH
Présence méd. des candidates	26%	26%	11%	25%
Femmes candidates	36%	33%	29%	35%
Différence / Sous-représ	- 10%	- 7%	- 18%	- 10%
Présence méd. des candidats	74%	74%	89%	75%
Hommes candidats	64%	67%	71%	65%
Différence / Sous-représ	+ 10%	+ 7%	+ 18%	+ 10%
Présence méd. totale n	n=474=100%	n=336=100%	n=79=100%	n=889=100%

Source : Hardmeier/Klöti 2004 (version intégrale), Tableau A-4 : Kandidierende nach Geschlecht und Sprachregion, S. 76

Bibliographie

*** = disponible sur www.comfem.ch, Rubrique Publications

Commission féd. pour les questions féminines / SRG SSR idée suisse / OFCOM (Eds) : **Elections fédérales 2003 : médias, politique et parité**. Analyse de l'offre d'informations des télévisions et radios suisses à dessert nationale sous l'angle de la parité des sexes, à partir des émissions électorales diffusées en prélude aux élections fédérales 2003. Auteure : Sonja Stalder. Berne 2004. 30 p. (résumé de l'étude mentionnée ci-dessous).***

Eidg. Kommission für Frauenfragen / SRG SSR idée suisse / BAKOM (Hg.) : **Eidgenössische Wahlen 2003 : Medien, Politik und Geschlecht**. Eine geschlechtsspezifische Analyse des Informationsangebots von Schweizer TV- und Radio-Stationen im Vorfeld der eidgenössischen Wahlen 2003. Autorin : Sonja Stalder. Bern 2004. Integralfassung (97 S., nur deutsch) ***

Sibylle Hardmeier et Anita Klöti : **Doing Gender dans les médias pendant la campagne électorale ?** Analyse de la représentation des personnes des deux genres dans la couverture médiatique des élections fédérales 2003. In : « Questions au féminin », Commission féd. pour les questions féminines, 2.2004, p. 23-34. (résumé de l'étude mentionnée ci-dessous) ***

Eidg. Kommission für Frauenfragen (Hg.) : **Präsenz, Themen und Selbstdarstellungsstrategien in der Wahlkampfkommunikation**. Eine Inhaltsanalyse zu Doing Gender bei den eidgenössischen Wahlen 2003. Autorinnen : Sibylle Hardmeier und Anita Klöti. 2004. 108 S. ***

Christina Holtz-Bacha : **La couverture médiatique des politiciennes**. Un propos sur les interactions entre la politique, les médias et le public. In : « Questions au féminin », Commission féd. pour les questions féminines, 1.2003, p. 50-52.

Claudia Weilenmann : **Introduction au thème principal: Doing gender dans les médias pendant la campagne électorale**. In : « Questions au féminin », Commission féd. pour les questions féminines, 2.2004, p. 9-10.

Commission féd. pour les questions féminines (Eds) : **Perspective genre – 13 recommandations aux professionnel-le-s des médias en vue des élections fédérales 2003**, 3 p. ***

Werner Seitz : **Les femmes et les élections fédérales de 2003 : embûches sur la voie vers l'égalité politique**. In : « Questions au féminin », Commission féd. pour les questions féminines, 1, 2003, p. 57-62. ***

Journalistinnenbund : **Die Präsenz von Frauen in den Nachrichten**. Medienbeobachtungen 2005. Bonn 2006. Disponible sur : http://www.journalistinnen.de/verein/pdf/jb_gmmp_2005.pdf

Berne, janvier 2007